

MM

Edición 3

MARCASTM y NEGOCIOS



350 mil hogares reciben
Agua Pura Salvavidas

CONTENIDO

- 4 EDITORIAL
- 6 350 mil hogares reciben Agua Pura Salvavidas
- 11 CELEBRACIONES
- 13 MARCAS
- 14 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL -RSE-
- 17 EMPRESAS
- 19 NUEVAS PRODUCTOS
- 23 TECNOLOGIA
- 25 MARCAS
- 27 VIDA
- 30 MARCAS



MARCASTM y NEGOCIOS

Periodismo-Comunicación

DIRECTORIO

Directora General

Rita María Aguilar

Coordinación Editorial

Ricardo Gutiérrez

Diseño y diagramación

Grupo Marcas y Negocios

Fotografía

Propias y fuentes consultadas

Consejo Editorial

Rita María Aguilar

Ricardo Gutiérrez

Carlos Beteta

Manuel Aguilar Figueroa

www.marcasynegociosgt.com

Responsable del sitio web

www.digitable.com.gt

Guatemala C.A

Derechos Reservados 2024

Marcas y Negocios registro en trámite

Servicios editoriales y alianzas grupo Compolitik/Analitik

MARCAS Y NEGOCIOS, AÑO 1, NO.3 Es un publicación mensual editada por CompolitikTM y publicada por digitable.com.gt 2024, en Guatemala C.A. Editor responsable Rita María Aguilar. Compolitik y Marcas y Negocios no se hacen responsable por los contenidos de publicidad expresada por los anunciantes. Las opiniones expresadas por los autores no representan, en ningún caso, la postura del editor, de la editorial y revista. Prohibida su reproducción parcial o total. Todos los Derechos Reservados- All rights reserved.

MARCAS Y NEGOCIOS es una marca en proceso de registro por lo que no se permite el uso de sus logotipos, isotipos e imagotipos, sin la debida autorización **EXPRESA** de su representante y/o responsable en forma escrita. Todos los materiales publicados en la edición de **MARCAS Y NEGOCIOS**, son propiedad exclusiva de la revista, salvo que se autorice lo contrario en forma escrita para ser publicado en otros medios digitales o medios de comunicación convencionales.

Para mayor información puede contactarnos en www.marcasynegociosgt.com o en el correo electrónico, contacto@marcasynegociosgt.com
Guatemala C.A 2024

EDITORIAL

El último trimestre del año.

Como si nada llegamos al último trimestre del año, en un parpadeo estamos por terminar, y los memes no se han dejado esperar aduciendo que octubre, noviembre y diciembre son los “viernes, sábado y domingo” del año o que este tiempo pasa como “octubre, noviembre, diciembre”.

Pero para las MARCAS y NEGOCIOS esta es la temporada más alta del año, ya que se inician con los diferentes preparativos de las festividades de estos meses, y aunque es una costumbre controvertida, la celebración de la “Noche de Brujas” o “Halloween” ha ido tomando fuerza en los diferentes negocios, ya sea Centros Comerciales, Bares y Restaurantes, discotecas y almacenes, que efectúan actividades para atraer clientes y hacer crecer sus ventas como sus ganancias.



Estos NEGOCIOS realizan actividades y venta de todo tipo de adornos, elevando sus ventas y sus ganancias para este mes, pues las actividades empiezan desde que octubre toca la puerta del calendario.

Una de las celebraciones más emblemáticas, es el fiambre, platillo tradicional guatemalteco con varias versiones así como varios tipos, comida que lleva un sinfín de ingredientes que dependen de la receta y del gusto de cada una de las o los cocineros.

Los mercados y los supermercados se abastecen de diversos productos para que los compradores puedan encontrar lo que buscan.

En relación a las carnes y embutidos muchos pueden encontrarse durante todo el año, sin embargo, hay otros que son exclusivos de esta época y que las MARCAS solo las sacan durante septiembre, octubre y noviembre.

Además de las celebraciones y las fiestas, durante octubre se celebra “el mes rosa”, el cual hace conciencia sobre el “Cáncer de Mama” tanto en mujeres como en hombres y que Agua Pura Salvavidas y Fundecan llevan a cabo diversas actividades, para la concientización y visibilización de esta enfermedad.

Estamos por concluir el año, el frío se acerca, las celebraciones también y con ello un sinfín de recuerdos que este año nos ha dejado.



FOTOGRAFÍAS CORTESÍA DE LA MARCA

350 mil hogares reciben Agua Pura Salvavidas

La empresa nació en 1936 en la Ciudad de Guatemala, ha ido creciendo conforme los años diversificando su producto así como la construcción de plantas en diferentes puntos del país. Entrevistamos a Claudia Lara, Gerente de Marca Agua Pura Salvavidas

Por Rita María Aguilar
Imágenes con fines ilustrativos

MYN: Marcas y Negocios
CL: Claudia Lara

MYN: ¿Qué es Agua Pura Salvavidas?

CL: Agua Pura Salvavidas realmente es una marca que lleva en el mercado desde 1936, es parte de los hogares guatemaltecos, es la marca líder.

A lo largo de los años ha desarrollado el pilar sobre el tema de la vida, o sea, el Agua Pura es vida en sí y realmente parte de nuestra esencia es como velar por la salud y por la vida de los guatemaltecos, y es lo que realmente nos unió, por ejemplo, al tema de Fundecan, somos dos empresas en conjunto que buscamos ese amor por la vida.



MYN: Hábleme un poco de los otros pilares

CL: Trabajamos el tema de la Responsabilidad Social, Medio Ambiente, que a través de nuestros empaques, vemos la innovación responsable del reciclaje, la reforestación. El pilar de Comunidad, es cómo se proyecta la marca hacia la sociedad, a la comunidad, cómo apoya.

Su esencia de marca es pureza, pero es pureza a lo largo del tiempo. Se ha ido creciendo en el concepto en sí y pues parte de este crecimiento ha sido el reto social de la marca hacia apoyar todo el tiempo con donaciones de agua, en muchas situaciones importantes en el país y Fundecan es una de las acciones que la marca hace en todo lo que es su pilar de Responsabilidad Social Empresarial. **-RSE-**

MYN: ¿Cómo nace y cómo empieza a crecer Agua Pura Salvavidas en el país?

CL: Bueno, hace mucho tiempo, desde 1936 esta marca viene creciendo, hay una historia que antes se entregaba el agua en tamajuanas de barro, posteriormente, vinieron los garrafones de vidrio que trabajamos anteriormente y pues todo el mercado ha ido evolucionando.

Una de las cosas más importantes, diría yo,



más fuertes, es que se ha vuelto parte de una tradición en el hogar porque muchas de las abuelitas se la pasan a las mamás y las mamás se lo recomiendan a los hijos y realmente eso es porque nuestro pilar, uno de los pilares, uno de los atributos más importantes de la marca es la confianza y la calidad que nosotros damos y el servicio que nosotros damos al hogar.

Estamos presentes en los hogares guatemaltecos y en toda la familia.

MYN: ¿Hasta dónde llega Agua Pura Salvavidas?

CL: La marca actualmente cuenta con una distribución a nivel nacional, tenemos siete plantas que están estratégicamente situadas en todo el país, y atendemos aproximadamente 350 mil hogares, en todo el territorio nacional.

Contamos con distribución en varios canales, en el norte, el sur, occidente, en toda Guatemala, en todas nuestras presentaciones.

MYN: ¿Cuál es la presentación que más se consume?

CL: Yo diría que la presentación de garrafón es la que más lleva tiempo en el mercado, entonces de alguna forma está presente en todos los hogares.

MYN: ¿Cómo nace el Agua Pura Salvavidas Saborizada?

CL: El agua saborizada es un nicho de mercado el cual desde hace más de diez años viene siendo una tendencia en crecimiento y que a la gente le gusta ese toque de sabor, hay gente que el agua pura natural es suficiente, pero hay otros que necesitan ese “toquecito” de sabor, nuestras aguas saborizadas son cero calorías, que es otra característica importante, y a la gente le gusta hidratarse de forma sana.

MYN: ¿Dentro de casi 100 años alguna experiencia o anécdota?

CL: Y como anécdota, hay muchas, se vive todos los días, nuestra fuerza de ventas cada día tiene una, ellos son muy cercanos al consumidor que están en las casas y conocen a toda la familia.

Una anécdota en la fuerza de ventas que para mí fue algo muy lindo y es que un niño le gustaba tanto y se llevaba tan bien con el vendedor que hizo su piñata de vendedor y se vistió de vendedor y le hicieron la piñata de camioncito y a mí me pareció super linda, y así de cercana es la marca, que pueden ser anécdotas chiquitas pero que como marca estamos en el corazón de los guatemaltecos.





SI TU MARCA NO
PAUTA AQUÍ

¡NO EXISTE!

Comunícate al teléfono
5521-1330

HALLOWEEN



Halloween en Guatemala

Es una celebración pagana que tiene sus orígenes en la cultura Celta, sin embargo, tiene detractores como partidarios y se ha ido arraigando dentro de nuestro país.

Por Marcas y Negocios
Fotografía Cortesía

La celebración de Halloween en el país tiene detractores como partidarios, según los registros es una fiesta que se celebra en la víspera de la fiesta de Todos los Santos.

El Allhallowtide, conocida como “**Halloween o Hallowe’en**” es el inicio de la conmemoración del tiempo litúrgico dedicado a recordar a los muertos, incluidos los santos, mártires y todos los difuntos.

Una de las teorías sobre la celebración, es que fueron influenciadas por las fiestas celtas de la cosecha, en particular la la fiesta gaélica de Samhain, que se cree que tiene raíces paganas.

Otra de las teorías es que dicha celebración podría haberse cristianizado como el Día de Todos los Santos, junto con su víspera,

sin embargo, algunos creen que Halloween comenzó como únicamente como una fiesta cristiana, la cual daba inicio con una vigilia.

Migración del Halloween

Celebrada durante siglos en Irlanda y Escocia, los inmigrantes irlandeses y escoceses llevaron muchas costumbres de Halloween a Norteamérica en el siglo XIX, y luego, por influencia estadounidense, Halloween se extendió a otros países a finales del siglo XX y principios del XXI.

Dentro de las actividades más populares se encuentran el truco o trato, asistir a fiestas de disfraces, tallar calabazas, encender hogueras, visitar atracciones encantadas, contar historias de miedo y ver películas de terror o con temática de Halloween.

Algunas personas practican las observan-

cias religiosas cristianas de la víspera de Todos los Santos, como asistir a los servicios religiosos y encender velas en las tumbas de los difuntos, aunque para otras personas es una celebración laica.

Halloween en Guatemala

En Guatemala, se ha ido arraigando dicha celebración, a tal punto que muchos Negocios y Centros Comerciales realizan actividades dentro de calendarios tanto para niños como para adultos, así como los bares y discotecas.

Así mismo existen empresas que se dedican a la organización de actividades en esta línea y almacenes que venden todo tipo de elementos para que la actividad pueda disfrutarse a su máxima expresión por quienes gustan de esta festividad.

ADOC[®]

UEVA COLECCIÓN



ADOC. ADOC.

HUELLAS
DE GLORIA

ADRIANA

RIUANO



ADOC. ADOC.

JEAN
PIERRE BROL

HUELLAS
DE GLORIA



ADOC lanza su colección “Huellas de Gloria”

Esta nueva colección es un homenaje y una colaboración con los medallistas guatemaltecos Adriana Ruano y Jean Pierre Brol, quienes destacaron en las justas deportivas 2024.

Por Marcas y Negocios
Fotografía Cortesía

ADOC anunció el lanzamiento de una nueva colección de calzado de edición limitada “Huellas de gloria”, en honor a los destacados atletas guatemaltecos **Adriana Ruano y Jean Pierre Brol** quienes consiguieron medallas olímpicas en la especialidad de Tiro.

Esta empresa centroamericana vanguardista se honra en celebrar los logros de Adriana y Jean Pierre en los más altos escenarios deportivos.

Esta colección busca rendir tributo a su histórico desempeño y se ha diseñado de manera especial para conmemorar sus éxitos.

Cada par de zapatos incorpora detalles simbólicos como la fecha de sus logros, la bande-

ra de Guatemala, que portan con tanto orgullo, y referencias a los deportes que practican.

Así mismo, los medallistas olímpicos fueron parte del proceso de diseño de los zapatos deportivos, dándole mayor realce a este proyecto.

La colección será producida en una de las plantas de fabricación más grandes de Centroamérica, destacando así el liderazgo industrial de **ADOC** en la región y solamente se producirán 400 pares, en diferentes tallas.

El diseño exclusivo de **Jean Pierre Brol** estará disponible en tiendas **ADOC** seleccionadas a partir del 10 de octubre en Ciudad de Guatemala.

En tanto, la línea de **Adriana Ruano** será lanzada el 20 de octu-

bre de 2024. La venta de esta colección también se podrá hacer en línea y el producto incluye envío, el costo en el mercado estará rondando los Q450.

ADOC invita a sus clientes a disfrutar de esta edición limitada, que celebra el talento, la dedicación y el esfuerzo de dos de los más grandes atletas guatemaltecos.

Agua Pura Salvavidas y Fundecán contra el Cáncer de mama

El Cáncer de mama es una de las principales causa de muerte en mujeres, sin embargo, también ataca a los hombres, aunque en menor porcentaje.

Por Marcas y Negocios
Fotografía: Cortesía

Agua Pura Salvavidas, una marca comprometida con la salud y el bienestar de los guatemaltecos por más de 88 años, lleva a cabo este año su campaña anual de prevención del cáncer de mama, con un concepto alentador “Prevenir es de valientes”.

Esta iniciativa se realiza en apoyo a **Fundación Amigos Contra el Cáncer -Fundecán-**, dedicada a la lucha contra el cáncer de mama en Guatemala.

La campaña “**Prevenir es de valientes**” tiene como objetivo principal sensibilizar a la población sobre la importancia de la detección temprana del cáncer de mama, promoviendo la práctica del autoexamen como una medida preventiva clave.

Desde hace una década, **Agua Pura Salvavidas** y **Fundecán** han trabajado de la mano para llevar este mensaje vital a todos los guatemaltecos.

En octubre, **Agua Pura Salvavidas** dirigirá sus esfuerzos de concientización a través de diversas acciones. La campaña arrancó con el exitoso patrocinio de la **Carrera Fundecán** Salvavidas, superando todas las expectativas.

Además, la marca lanzará una edición especial con tapa rosada de su emblemático garrafón y la presentación de 20 onzas con etiqueta conmemorativa. Estos productos son distribuidos a nivel nacional, acompañados de un volante informativo que detalla los pasos para realizar el autoexamen, reforzando así el mensaje de prevención.

*“En **Agua Pura Salvavidas** creemos firmemente que prevenir es de valientes puesto que requiere valentía y reconocimiento el cuidar de sí mismo, prevenir y detectar a tiempo una enfermedad que ataca a miles de mujeres cada año, así como podemos decir que es admirable la valentía de quienes luchan y se enfrentan a esta enfermedad para seguir adelante. Nuestra marca está comprometida con la salud y con la vida, la colaboración con Fundecán refuerza nuestro propósito de llevar un mensaje de vida y esperanza a cada hogar en Guatemala. El cáncer de mama tiene altas probabilidades de cura, si es detectado a tiempo”, expresó **Claudia Lara**, Gerente de Marca de Agua Pura Salvavidas.*

El cáncer de mama es una de las principales causas de muerte en

mujeres, y aunque también afecta a los hombres en menor medida, la detección temprana es crucial para aumentar las posibilidades de cura. “**Prevenir es de valientes**” resalta la valentía que se necesita para cuidar de nuestra salud y enfrentar la incertidumbre, recordándonos que la prevención puede salvar vidas.

Las tapas rosadas de **Agua Pura Salvavidas** son un recordatorio visual del compromiso con la prevención del cáncer de mama. Junto con el material informativo de la campaña, buscan motivar a las mujeres a dedicar tiempo a su salud y a realizarse el autoexamen.

Isabel Herbruger, presidenta de Fundecán, agregó: “Contar con el apoyo continuo de Agua Pura Salvavidas nos permite no solo contribuir al tra-

tamiento de mujeres de escasos recursos, sino también transmitir un mensaje vital de detección temprana a comunidades que de otro modo no podríamos alcanzar. Este tipo de alianzas son esenciales para salvar vidas."

La alianza con Agua Pura Salvavidas ha sido fundamental para **Fundecán**, no solo por el apoyo económico que permite financiar tratamientos de radioterapia para mujeres de escasos recursos, sino también por la capacidad de transmitir el mensaje de detección temprana a todos los hogares guatemaltecos que de una u otra manera no se alcanzarían.

Para más información acerca de Fundecán pueden seguir sus redes sociales en Instagram (**@fundecangt**), Facebook (www.Facebook.com/Fundecangt), o visitando su página web en www.fundecan.org.

Además, pueden comunicarse al número telefónico **2228-6202** para obtener más información.

Agua Pura Salvavidas y **Fundecán** invitan a todos los guatemaltecos a unirse a esta campaña, porque "Prevenir es de valientes" y juntos podemos hacer la diferencia en la lucha contra el cáncer de mama.





Casa del Ron en Zona Pradera

Nuevo centro de experiencias, Casa del Ron en el corazón de la Ciudad Capital

Por Marcas y Negocios
Fotografías Cortesía



Licores de Guatemala inauguró sede #16 de la “Casa del Ron”, la cual está ubicada en Zona Pradera, zona 10, con la que se demuestra el compromiso de la elegancia y el encanto del ron guatemalteco a más personas en otras latitudes del país.

El Centro de experiencia en Zona Pradera fue diseñado con el objetivo de ofrecer a cada visitante, un viaje inmersivo de emociones y sabores, representado por el arte, la tradición y la riqueza histórica que refleja una ciudad emblemática como la Ciudad de Guatemala.

En este nuevo punto de venta los amantes de los buenos licores, así como turistas, nacionales y extranjeros, podrán disfrutar del exquisito mundo que

un elixir puede ofrecer, un espacio en donde las catas exclusivas, la coctelería y el fascinante proceso de destilación del ron guatemalteco, cautivará los sentidos de nuestros clientes y consumidores.

Así mismo, Licores de Guatemala y Grupo Financiero G&T Continental cuentan con una alianza estratégica en Casa del Ron Zona Pradera en donde se contará con un espacio donde usuarios y clientes de G&T Continental podrán tener acceso de un área business, representando un ambiente moderno, innovador y dedicado a disfrutar la excelencia del ron y los diferentes destilados.



CLUB
MAX

TULANG BREEDE

Nuevas galletas Club Max sabor Campero

Club MAX y Pollo Campero se unen para llevar el delicioso y tradicional sabor Campero al máximo en sus nuevas galletas ya disponibles por tiempo limitado.

Por Marcas y Negocios
Fotografías Cortesía

En una emocionante colaboración, el reconocido y tradicional sabor Campero llega por tiempo limitado a **galletas Club MAX CAMPERO** para vencer el hambre de quienes quieren comerse al mundo y vivir cada momento con pasión. Esta innovación, que une a dos marcas de Corporación Multi Inversiones, se encuentra ya disponible en todos los supermercados y tiendas del país.

“Para quienes disfrutan la indulgencia, los sabores exóticos y probar cosas nuevas, llegan las nuevas Club MAX Campero. De la mano de un sabor que los guatemaltecos tienen muy presentes y que es único en el mercado, la nueva galleta tipo rociada en aceite será perfecta para disfrutar

el tradicional sabor de Pollo Campero en cada momento” comentó **Claudia Hernández**, Gerente de Categoría Galletas Saladas.

Sabor Campero al MAX Club MAX, en búsqueda de innovar el portafolio de galletas saladas, incursiona en sabores diferenciados pero llenos de tradición para los consumidores guatemaltecos.

Con este lanzamiento, se podrá disfrutar por Q1.00 del sabor Campero al máximo en una presentación que viene en un paquete de 34g que incluye 4 galletas cada uno.

“Nos enorgullece llevar el sabor Campero al MAX para disfrutar de forma innovadora este tradicional sabor. Asimismo, con este lanzamiento reforzamos nuestro compro-

miso con diversificar la categoría de galletas y snacks con sabores diferentes y explosivos teniendo en cuenta las tendencias y, por supuesto, a nuestros consumidores” agregó **Sergio Ibarra**, Coordinador de Mercadeo Galletas Saladas.

Las nuevas **galletas Club MAX Campero** ya se encuentran disponibles por tiempo limitado hasta finales de noviembre en todos los supermercados y tiendas de Guatemala.

Comisión de Alimentos y Bebidas

AGEXPORT presenta nuevas plataformas de comunicación

Con una imagen moderna, dinámica e interactiva las plataformas se convierten en la nueva comunidad digital y vía de comunicación de la industria de alimentos y bebidas, exportando de Guatemala para el mundo.

Por Marcas y Negocios
Fotografías Cortesía

La Comisión de Alimentos y Bebidas **AGEXPORT** presentó sus nuevas plataformas de comunicación, que llegan al público con una imagen totalmente renovada, con el objetivo de llegar a más mercados y generar un impacto positivo en la industria.

Con esto, la Comisión **AyB AGEXPORT**, se consolida como el experto en materia de exportación y en el aliado estratégico que ofrece una plataforma integral de asesoría y acompañamiento para facilitar a que más empresas guatemaltecas lleven su oferta exportable al mundo.

“Compartimos el compromiso de construir un mejor futuro, interconectado y más responsable en donde empresarios, comunidades y profesionales del sector, conviertan a la industria de alimentos y bebidas en un motor de desarrollo sostenible para Guatemala”, expresó Gerardo Pallais, presidente de la Comisión.

Esta transformación de las plataformas digitales está alineada a la filosofía de innovación constante de la Comisión y como el referente de la industria de alimentos y bebidas, busca conectar de forma creativa, dinámica y accesible con las nuevas generaciones que están liderando el

cambio al frente de las empresas, tanto en el mercado guatemalteco como internacional.

Las nuevas plataformas digitales presentan una línea fresca que combina colores e imágenes llamativas, comunicando de forma moderna, cercana y relajada, que invita a interactuar y provocar mayor actividad con la industria.

Con estas acciones la Comisión ofrece un mundo de posibilidades para las empresas y empresarios que quieren llevar sus productos de Guatemala al mundo, poniendo a disposición un programa permanente de *capacitaciones, talleres, charlas y acceso a expertos y*

profesionales quienes serán parte del crecimiento y la generación de valor para los socios de la Comisión.

Actualmente, lleva su oferta exportable que incluye: alimentos procesados, bebidas, confitería, conservas y alimentos balanceados a más de 75 mercados alrededor del mundo. Con más de 150 socios y una generación de más de 2,800 millones de dólares, atiende, principalmente, a la **región centroamericana, El Caribe, México, Estados Unidos, Europa y Asia.**



AGEXPORT

ALIMENTOS
Y BEBIDAS





Llega a Guatemala los nuevos OPPO Reno12 5G y Reno12 F 5G

Los nuevos celulares OPPO llegan con funciones GenAI avanzadas, diseños futuristas y conectividad imparable, además de 5G para estar a la vanguardia de la tecnología de smartphones.

Por Rita María Aguilar-
Fotografías cortesía

OPPO presentó en el país los nuevos Reno 12 5G y el Reno12 F 5G, dispositivos con funciones avanzadas en GenAI a través de sus procesadores y sistema de cámaras las cuales impulsa la conectividad, productividad y creatividad, además, de reforzar el compromiso de la compañía por acelerar la adopción de celulares con Inteligencia Artificial.

La compañía **OPPO** se unió a Google, Microsoft, MediaTek, Qualcomm y otros socios para acelerar la llegada de una nueva generación de teléfonos con IA y continúa su expansión en el mercado guatemalteco con el lanzamiento de la Serie Reno12 de OPPO, diseñada para aquellos usuarios que buscan más que un smartphone.

Estos equipos obtienen una herramienta que los ayuda a mejorar su creatividad, productividad y conectividad gracias a GenAI, todo en un diseño atractivo y moderno.

Clark Zhong, director de **OPPO** para Centroamérica y el Caribe, señaló que con los nuevos modelos de la serie Reno12, la marca se mantiene fiel a su misión de ofrecer tecnología innovadora que hace la vida más fácil y divertida para sus usuarios.

“Estos teléfonos no solo destacan por sus potentes cámaras, sino también por su tecnología de Inteligencia Artificial y rendimiento eficiente, ideal para quienes necesitan un dispositivo confiable y duradero”, afirmó Zhong.

El experto en retratos con la IA más avanzada

- Las funciones GenAI de la Serie Reno12 incluyen borrador AI, que elimina personas y objetos no deseados de las fotografías y rellena el espacio de forma realista.

- En **OPPO** Reno12 5G, embellecimiento AI, mejora la claridad en las fotos grupales con la restauración de detalles como el contorno facial, el cabello y las cejas para que todos salgan bien.

- Por su parte, Edición AI de rostros, identifica y abre automáticamente los ojos cerrados de la gente en la imagen.

- Llevando la imaginación a otro nivel, Estudio AI crea avatares digitales o convierte imágenes en retratos artísticos para que los

usuarios puedan convertirse en vaqueros, protagonistas de un manga ciberpunk y muchos otros personajes al aprovechar las nuevas capacidades de GenAI.

- Además, de las mejoras fotográficas, se incorporaron las Herramientas AI a la barra lateral inteligente, diseñada sobre Google Gemini, que recomienda funciones de IA basadas en el contenido que se muestra en la pantalla. Ambos modelos agregan varias herramientas de productividad con IA, como Notas de voz AI, que resume las grabaciones de voz; Escritura AI para redactar rápidamente correos, publicaciones y comentarios; Resumen AI para extraer lo esencial de textos largos y Lectura AI para escuchar artículos.

- Por otro lado, el **OPPO Reno12 F 5G** también mejora la experiencia con su cámara principal de 50 MP y, al igual que Reno12 5G, tiene una cámara macro de 2 MP para retratos perfectos y una cámara ultra gran angular de 8 MP con 112 grados, complementado con una cámara para selfies de 32 MP con múltiples distancias focales.

- Además, el modo retrato profesional aprovecha las cámaras principal y macro para ofrecer efectos bokeh con gran nivel profesio-

sional, mientras que el retoque de retratos con IA proporciona efectos de retoque más vívidos y naturales.

Innovación, productividad y diseño elegante

Otra característica en ambos modelos es que fueron diseñados para ofrecer una gran durabilidad. El **Reno12 5G** y el **Reno12 F 5G** no solo son elegantes y ligeros, sino que cuentan con pantallas OLED y AMOLED de 120Hz que brindan una experiencia visual más fluida. Además, su resistencia al polvo y al agua garantizan que estos teléfonos sean perfectos para cualquier situación.

Javier López, director comercial Mercado Liberado para **OPPO** Guatemala y director de mercadeo para **OPPO** Centroamérica y el Caribe, estos smartphones están equipados con funciones que aumentan la productividad, como las Notas de Voz AI, que resumen grabaciones de voz, y escritura AI, que ayudan a redactar correos y publicaciones de manera rápida y eficiente. "Estas herramientas están diseñadas para quienes buscan maximizar su tiempo y aprovechar su dispositivo", comentó.

Ambos modelos no solo son llamativos, sino también resistentes, con certificación IP (OPPO Reno 12 5G: IP65;

OPPO Reno 12F 5G: IP64) respectivamente, lo que significa que están protegidos contra polvo y salpicaduras de agua.

Ambos tienen una batería de 5,000 mAh para disfrutar de una larga autonomía y más de cuatro años de condiciones de uso óptimas. Sin embargo, mientras que Reno12 5G tiene una carga rápida 80W SUPERVOOCTM para cargar completamente su batería en 46 minutos, la carga rápida 45W SUPERVOOCTM del Reno12 F 5G requiere 71 minutos.

La serie **Reno 12** cuenta con tecnología Splash Touch de OPPO, que permite al usuario manipular la pantalla con las manos mojadas.

OPPO Reno12f 5G está reforzado con Protección Ultra Resistente 360° para defenderlo de caídas, rayones, presión y salpicaduras de agua, con una avanzada pantalla de vidrio y la estructura de aleación de alta resistencia desarrollada por **OPPO**, los componentes internos están protegidos por una espuma biónica de amortiguación.

Por esto, está certificado con 5 estrellas en pruebas de protección multi escena de rendimiento de SGS.

Conectividad fluida y estable

La serie Reno12 presenta la tecnología AI LinkBoost de **OPPO** con una antena envolvente de 360° para aumentar la recepción de la señal y optimizar la selección de red al usar un modelo de IA a nivel de sistema. Gracias a esto, cuenta con la primera Certificación de Alto Rendimiento de Red TÜV Rheinland del mundo.

- Al salir de un ascensor, AI LinkBoost reconecta el Reno12 F 5G a una red un 36% más rápido que la generación anterior y mejora la precisión de la ubicación en Google Maps.

- Con **Reno12 5G**, AI LinkBoost aumenta la velocidad de cambio de SIM en un 52% (en comparación con la generación anterior) al detectar una mala cobertura.

"Nuestros nuevos modelos no solo ofrecen un diseño impresionante, sino también una tecnología robusta que se adapta a las necesidades de los usuarios más exigentes", aseguró José Mauro Navichoque, entrenador máster de OPPO Guatemala.

Para más información visita:

<https://www.oppo.com/latin/>

¡Legos para grandes y chicos!

Juguetón de CEMACO y la marca Legos Store se unieron para abrir un espacio dedicado a estas piezas de juego que divierte y entretiene a grandes y chicos

Por Marcas y Negocios
Imágenes con fines ilustrativos

¿Quién no ha jugado con legos alguna vez en su vida?

Hay quienes solo han tenido un par de piezas y otras colecciones completas, pero **LEGO** es una de las marcas con mayor trayectoria a nivel mundial y que despierta la imaginación y creatividad de cada uno de sus consumidores.

Pero ¿qué es **LEGO** y quienes son? Lego System A/S, más conocida como **LEGO**, es una empresa danesa de juguetes.

Fue fundada el 10 de agosto de 1930, por Ole Kirk Christiansen, un carpintero natural de Billund, y desde entonces ha estado controlada por su familia.

Al inicio la fabricación de estos artículos fue con madera, sin embargo, desde 1949 está

especializada en los juguetes de construcción fabricados con plástico. Se dice que el nombre Lego deriva de las palabras danesas «leg godt», que significan «jugar bien».

En 2015, la empresa, que mantiene su sede social en Billund, se convirtió en la compañía juguetera con mayor volumen de negocio en el mundo gracias a ventas de 2100 millones de dólares estadounidenses.

Su diseño

Las distintas piezas de **LEGO** constituyen un sistema universal, es decir, que pese a la variación en sus diseños y propósitos conforme el tiempo, todos siguen siendo compatibles en menor o mayor grado.

Los bloques de Lego de 1958 aún se pueden encajar con los actua-



les, así como los sets hechos para los más pequeños también son compatibles con los hechos para adolescentes. Seis bloques de 2x4 pueden ser combinados de 915.103.765 formas distintas.

Pero cada una de las piezas de **Legó** debe ser fabricada con cierto nivel de precisión.

Cuando dos piezas se encajan, deben mantenerse conectadas a la vez que debe ser fácil desmontarlas.

El producto más conocido en el mundo son los bloques de construcción, pero también cuenta con series propias (Bionicle, Ninjago); una línea de productos preescolares (Lego Duplo) y una línea de juguetes de robótica (Lego Mindstorms) entre otros activos. Además presta su marca a la cadena de parques temáticos, Legoland.

Juguetón y LEGO en Oakland Place

Grupo **CEMACO**, bajo su tienda Juguetón inauguró su nueva tienda en Oakland Place, un espacio **LEGO** trasladó su tienda, donde ofrece variedad de juguetes invitando a grandes y chicos a divertirse y jugar con las diferentes piezas y colecciones que se pueden encontrar en el lugar.

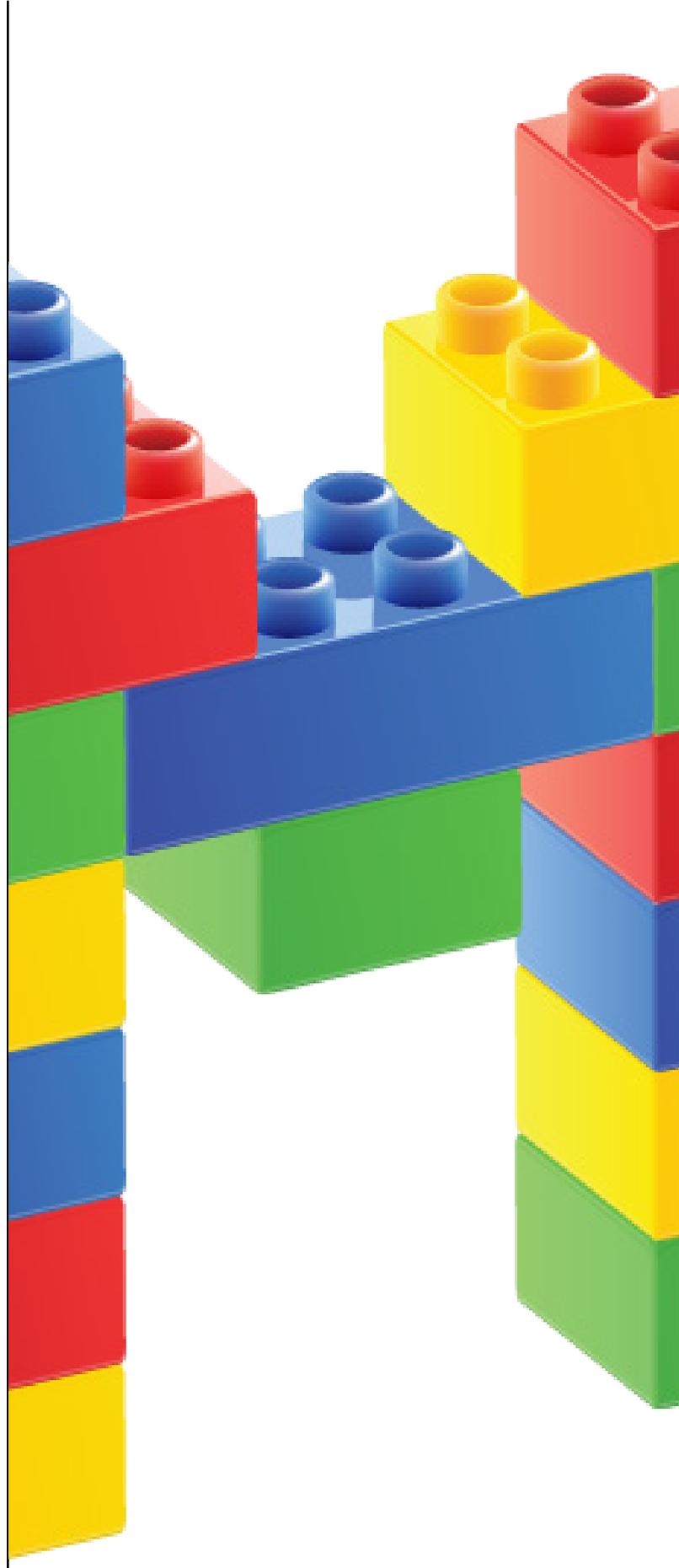
Ubicada en el tercer nivel, y una extensión de 250 metros cuadrados,

esta área ofrece una experiencia única con diferentes áreas temáticas, asegurando en cada visita una experiencia memorable.

Dentro de la tienda Juguetón existe un espacio solamente dedicado a **LEGO**, donde todos los fanáticos de la marca podrán encontrar la mayor variedad para todas las edades, siempre a la vanguardia y con las últimas tendencias y colecciones de la marca.

Andrea Izas, Gerente de Mercadeo de **CEMACO**, indica: *"Invitamos a chicos y grandes a Juguetón en Oakland Place, un lugar donde soñamos que a través del juego, niños y grandes formen recuerdos lindos y momentos de conexión, que la gran variedad de juguetes para todos los gustos pueda constituir. ¡Vamos a Jugar!"*.

*También invitamos a los fanáticos de **LEGO** que antes nos visitaban en **LEGO Store**, a que nos visiten en Juguetón donde ahora podrán encontrar toda la variedad que siempre les ha encantado."*



Fundación Paiz, reconoce trayectoria del maestro Joaquín Orellana

En su 44 edición del Festival de Marimba Paiz, se realizó un reconocimiento al legado del maestro Orellana, con una exposición de sus obras basadas en el instrumento nacional.

Por Marcas y Negocios
Fotos Cortesía

Bajo el título “La Marimba: ayer, hoy y siempre”, la Fundación Paiz llevó a cabo su 44 edición del Festival de Marimba Paiz, la cual deslumbró e iluminó la Gran Sala Efraín Recinos del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias.

Con lleno total en sus dos funciones, le fue entregado en la presentación de la tarde al **maestro Joaquín Orellana**, un reconocimiento por su trayectoria y aportes en el mundo del arte y que ha dejado huella tanto a nivel nacional como internacional.

La Fundación destacó el legado del Maestro con una exposición especial la cual estaba ubicada en el lobby de la Gran Sala Efraín Recinos para el deleite de todos los asistentes y que destacó sus com-

posiciones como Ramajes de una marimba imaginaria y Sacratávica, Orellana articula las voces y paisajes de su pueblo, creando un diálogo ancestral y lo contemporáneo.

El **maestro Orellana** ha transformado la marimba de un símbolo de identidad guatemalteca, en algo más allá de sus límites convencionales, creando “Útiles Sonoros”, instrumentos musicales que son a la vez esculturas tridimensionales.

Ensamble de marimbas y artistas nacionales

Con las dos presentaciones abarrotadas, la sala vibró con la energía y talento de un ensamble histórico de ocho marimbas, que transportaron a los asistentes por un recorrido lleno de emociones: Marimba Chapinlandia, Herencia Chapina, Marimba Sentimiento Antigüeno,

Marimba Reina Iximche, Marimba Estrella de Guatemala, Marimba Gran Jaguar, Marimba Murmullos de Alux, Marimba del INGUAT.

El festival sorprendió a los presentes con la participación de la cantautora guatemalteca **Gaby Moreno** que interpretó la melodía “Luna de Xelajú”, así como la presentación de **Francisco Páez y Jacobo Nitsch** de Malacates Trébol Shop que incluyó dos melodías: Pa’ que te acuerdes de mí y Luna Llena.

Además, se sumaron las destacadas actuaciones de Marian Corzo, Andy Barrios, Fiorella Melini, Alejandro Vidal, Andy Barrios y la pareja de baile “Santa Rosita” que, con su talento, elevaron el evento a otro nivel.

“Esta edición ha sido más que un espectáculo: ha sido una conexión profunda entre generaciones y una celebración de nuestro patrimonio musical.

Ver el impacto en el público, desde jóvenes hasta mayores, ha sido emocionante”, expresó Sonia Hurtarte, Directora Ejecutiva de Fundación Paiz. “La hermosa marimba no solo es nuestra música, es nuestra identidad, y hoy se ha demostrado con creces”, agregó.

De nuevo en la Gran sala

Luego de 4 años de ausencia en la Gran Sala del Teatro Nacional, regresaron al escenario de tan emblemático recinto, superando las expectativas ya que las entradas se agotaron rápidamente, demostrando la vigencia y el atractivo del evento, confirmando que la marimba sigue siendo el corazón de la cultura guatemalteca.



Homenaje al maestro Joaquín Orellana



PALMITOS
Flores de Miriam
CORAZONES DE PALMA TRADICIONAL

DELICIOSO SABOR CASERO QUE NO PODRÁ RESISTIR
Refrigerese después de abierto
Producto Centroamericano cultivado y envasado en Guatemala

PALMITOS
Flores de Miriam
CORAZONES DE PALMA TRADICIONAL

INFORMACIÓN NUTRICIONAL, C/da. 100ml contenedor
Energía 100kcal, Proteína 0.5g, Grasa 0.5g, Carbohidrato 20g, Fibra 0.5g, Azúcar 0.5g, Sodio 0.5g, Calcio 0.5g, Hierro 0.5g, Vitamina C 0.5g, Vitamina E 0.5g, Vitamina K 0.5g, Vitamina B1 0.5g, Vitamina B2 0.5g, Vitamina B3 0.5g, Vitamina B6 0.5g, Vitamina B9 0.5g, Vitamina B12 0.5g, Vitamina D 0.5g, Vitamina A 0.5g, Vitamina K1 0.5g, Vitamina K2 0.5g, Vitamina K3 0.5g, Vitamina K4 0.5g, Vitamina K5 0.5g, Vitamina K6 0.5g, Vitamina K7 0.5g, Vitamina K8 0.5g, Vitamina K9 0.5g, Vitamina K10 0.5g, Vitamina K11 0.5g, Vitamina K12 0.5g, Vitamina K13 0.5g, Vitamina K14 0.5g, Vitamina K15 0.5g, Vitamina K16 0.5g, Vitamina K17 0.5g, Vitamina K18 0.5g, Vitamina K19 0.5g, Vitamina K20 0.5g, Vitamina K21 0.5g, Vitamina K22 0.5g, Vitamina K23 0.5g, Vitamina K24 0.5g, Vitamina K25 0.5g, Vitamina K26 0.5g, Vitamina K27 0.5g, Vitamina K28 0.5g, Vitamina K29 0.5g, Vitamina K30 0.5g, Vitamina K31 0.5g, Vitamina K32 0.5g, Vitamina K33 0.5g, Vitamina K34 0.5g, Vitamina K35 0.5g, Vitamina K36 0.5g, Vitamina K37 0.5g, Vitamina K38 0.5g, Vitamina K39 0.5g, Vitamina K40 0.5g, Vitamina K41 0.5g, Vitamina K42 0.5g, Vitamina K43 0.5g, Vitamina K44 0.5g, Vitamina K45 0.5g, Vitamina K46 0.5g, Vitamina K47 0.5g, Vitamina K48 0.5g, Vitamina K49 0.5g, Vitamina K50 0.5g, Vitamina K51 0.5g, Vitamina K52 0.5g, Vitamina K53 0.5g, Vitamina K54 0.5g, Vitamina K55 0.5g, Vitamina K56 0.5g, Vitamina K57 0.5g, Vitamina K58 0.5g, Vitamina K59 0.5g, Vitamina K60 0.5g, Vitamina K61 0.5g, Vitamina K62 0.5g, Vitamina K63 0.5g, Vitamina K64 0.5g, Vitamina K65 0.5g, Vitamina K66 0.5g, Vitamina K67 0.5g, Vitamina K68 0.5g, Vitamina K69 0.5g, Vitamina K70 0.5g, Vitamina K71 0.5g, Vitamina K72 0.5g, Vitamina K73 0.5g, Vitamina K74 0.5g, Vitamina K75 0.5g, Vitamina K76 0.5g, Vitamina K77 0.5g, Vitamina K78 0.5g, Vitamina K79 0.5g, Vitamina K80 0.5g, Vitamina K81 0.5g, Vitamina K82 0.5g, Vitamina K83 0.5g, Vitamina K84 0.5g, Vitamina K85 0.5g, Vitamina K86 0.5g, Vitamina K87 0.5g, Vitamina K88 0.5g, Vitamina K89 0.5g, Vitamina K90 0.5g, Vitamina K91 0.5g, Vitamina K92 0.5g, Vitamina K93 0.5g, Vitamina K94 0.5g, Vitamina K95 0.5g, Vitamina K96 0.5g, Vitamina K97 0.5g, Vitamina K98 0.5g, Vitamina K99 0.5g, Vitamina K100 0.5g

DELICIOSO SABOR CASERO QUE NO PODRÁ RESISTIR
Refrigerese después de abierto
Producto Centroamericano cultivado y envasado en Guatemala

Fiambre, un platillo que une familias y amigos

El fiambre es por excelencia uno de los platillos más representativos de Guatemala, muchos guatemaltecos esperan un año para poder comerlo y que además representa la convivencia entre familias y amigos

Redacción RITA MARIA AGUILAR
Fotos: CORTESIA

El 11 de noviembre es una de las celebraciones más importantes en la sociedad guatemalteca, se celebra el día de Todos los Santos, un momento para compartir en familia y/o amigos con uno de los platillos más emblemáticos de la tradición guatemalteca, ¡el fiambre!

Pero el Fiambre va más allá de una comida, de una tradición, Ericka Anel Sagastume, investigadora de la DIGI-USAC, señala que en realidad es más representativo del sincretismo de culturas que incorpora la gastronomía guatemalteca.

La profesional comentó en una entrevista para Investigación para Todos, que *“El fiambre surge en Guatemala, específicamente durante la*

colonia (entre el Siglo XVI y XVII). Es un platillo representativo pues en él se incorporan ingredientes de la cocina maya, hispana y árabe”

Así mismo, comentó que existen varias versiones de su creación, entre las que se puede mencionar es cuando una empleada doméstica, no tenía que dar de comer a sus “patrones”, pues no había nada en la cocina, así que se le ocurrió hacer una mezcla de todo lo que encontró para servir y con ello preparó una comida fría. La comida fue todo un éxito que ordenaron conservar la receta.

Entre los relatos está de dónde viene el nombre, se dice que una cocinera doméstica, se atrasó en la cena y al tener poco tiempo decidió hacer una mezcla de los alimentos, con comensales con mucha hambre les encantó la

comida y de allí le colocaron el nombre de **“fiambre”**.

Sin embargo, entre todas las versiones, la más arraigada es la que radica en pasar parte del Día de Todos los Santos junto a la tumba de los familiares, por lo que los núcleos familiares imponían llevar una comida especial en honor al fallecido, la cual es compartida entre todos y se come en común. Conforme el tiempo estos platillos se fueron uniendo para hacer uno solo, “cada quien ponía su sazón y el agregado de los ingredientes preferidos, culminando así en el primer plato de fiambre”.

Alimentos Barcelona

Las carnes son uno de los toques especiales del Fiambre, hay quienes realizan dicho platillo dicen que uno de los secretos para el sabor es caldillo de la gallina,

sin embargo, los embutidos no pueden faltar y alguno de ellos solo son vendidos en esta temporada.

Alimentos Barcelona cuenta con una variedad de embutidos, tanto durante todo el año, así como chorizo copetín, chorizo colorado y butifarra premium, los cuales estarán disponibles únicamente de octubre a mediados de noviembre.

Sardinas La Sirena

Aunque es uno de los ingredientes un poco controversiales, muchos de los fiambres llevan sardinas y La Sirena tiene varias presentaciones para aquellos amantes de este alimento, y que gustan de colocarlo en el platillo.

La Sirena, cuenta con siete presentaciones de sardina, siendo la más utilizada la sardina en salsa de tomate, o en menor escala la sardina en salsa de tomate picante PICA PICA y PICA POCO.

Flores de Miriam

Alimentos Flores de Miriam nace en la década de los 90, siendo el palmito uno de sus productos más fuertes. De preparación artesanal, para la época del fiambre ofrece, además de su ya tradicional producto que está disponible durante todo el año, chile pimiento asado y cebollas curtidas, las

cuales no pueden faltar dentro del platillo.

Grupo Flores de Mi-

riam se dedican a la producción sostenible de cultivos tropicales y envasado de alimentos

en la Costa Sur de Guatemala. Pueden realizar sus pedidos al **57082321**.



PREVENIR ES DE VALIENTES

HAZTE EL AUTOEXAMEN.

La detección temprana
es la mejor prevención en contra
del cáncer de mama.



En apoyo a:

